

---

# Máster en Marketing y Marketing digital

*Acreditación internacional del Digital Marketing Institute de Dublín:  
Professional Diploma in Digital Marketing*



**GALICIA**  
BUSINESS SCHOOL

---

# El Máster en Marketing con acreditación internacional

El marketing se ha convertido en el elemento diferencial para el éxito de las empresas. Por muy bien que fabriques o sirvas, el mejor producto o servicio requiere de la adecuada estrategia de marketing para lograr ventajas diferenciales y sostenibles en los mercados.

Desde la convicción de que el mejor marketing pasa por la adecuada preparación de sus profesionales, la Asociación Galega de Marketing y Galicia Business School unen sus fuerzas para desarrollar en Galicia un programa de primer nivel. Nace así nuestro Máster en Marketing y Marketing Digital: un programa en el que confluyen los mejores profesionales del marketing de Galicia, junto con un elenco de especialistas de las mejores escuelas de España y la visión internacional fruto de la colaboración de Galicia Business School y el Digital Marketing Institute.

En suma, se trata de un programa con una gran visión empresarial y global, abierto al mundo y fruto de la cooperación, y que asume una realidad incontestable: el marketing tradicional ha muerto. Ninguna disciplina de la empresa ha cambiado tanto en la última década como el marketing con la transformación digital y el proceso de globalización. Por eso **estamos ante un programa diferencial:**

- **Actualizado** y orientado al perfil del profesional de marketing y marketing digital que solicitan las empresas líderes.
- **Profesional:** todos los ponentes son profesionales en activo en compañías de primer nivel, lo que asegura el carácter empresarial y profesional de nuestro proyecto formativo.
- **Que asume la nueva realidad**, global y digital, en la que la innovación, el posicionamiento y la marca son una necesidad imperiosa, y que cuenta con el respaldo del Digital Marketing Institute: la primera institución certificadora en marketing digital de Europa.
- **Con una metodología learning by doing**, a la altura de nuestro tiempo: Blended, para aprovechar al máximo el tiempo de presencia, que incluye Marketing Game, Proyecto, Casos, Experiencias Reales, Actividades Outdoor y Role Playing, entre otras dinámicas.





---

# Destinatarios

**Profesionales y directivos y titulados universitarios que desarrollan su actividad en el ámbito del marketing y/o el marketing digital**, o que, procedentes de otras áreas, quieran orientar su carrera profesional hacia este campo.

Los destinatarios deben ser personas abiertas a su propio proceso de transformación: se integrarán en un auténtico programa de entrenamiento directivo que actuará como acelerador de sus competencias profesionales y directivas, mejorando su productividad y desarrollando su perfil y, por tanto, su contribución a los resultados de su organización.

Dado el enfoque profesional del programa, **podrán acceder a él los profesionales en ejercicio que, no contando con titulación universitaria, acrediten una experiencia profesional relevante.**

También podrán incorporarse **jóvenes titulados** que inicien su trayectoria en el mundo del marketing y la empresa, si cuentan con el perfil actitudinal necesario y obtienen la beca de las empresas patrocinadoras del programa, donde realizarán las **prácticas trabajando en modalidad dual** simultáneamente al desarrollo del máster.



---

# Metodología: el diferencial de *aprender haciendo* de la mano de profesionales

Nuestro **Máster en Marketing y Marketing Digital** combina muy variadas metodologías orientadas a la mejora de las competencias profesionales y directivas de los participantes. Para desarrollar una metodología práctica, experiencial y participativa, contamos con los siguientes instrumentos:

- **Método del Caso**  
Emplearemos casos muy variados que nos permitirán aprender sobre la realidad y mejorar en el análisis de situaciones de negocio y la toma de decisiones en marketing.
- **Role Play y dinámicas grupales**  
Trabajaremos sobre experiencias reales poniendo a los participantes en situaciones concretas, para, posteriormente, sacar conclusiones sobre el rendimiento logrado y el plan de mejora personal a desarrollar en ese terreno.
- **Marketing Game**  
La simulación empresarial, desarrollada en equipos y tutelada por profesionales del marketing, y la gestión empresarial situarán a los participantes en la gestión de una compañía en la que integrarán todos los conocimientos adquiridos, aplicándolos en un mercado competitivo. Se trata de aprender haciendo de los aciertos y errores en tiempo real, compartiendo la experiencia con compañeros y profesores, y viendo las consecuencias de las decisiones de marketing en los diferentes ámbitos de la empresa y en sus resultados.
- **Proyecto**  
El proyecto posibilitará la puesta en práctica y la integración de todo lo aprendido y será el mejor acicate para la mejora de las habilidades de comunicación y presentación de proyectos de los participantes.
- **Master classes: experiencias directivas**  
Sabemos que el aprendizaje es contagioso, y por eso diseñamos espacios de acercamiento a los mejores profesionales del marketing, que, en la distancia corta, trasladarán su experiencia y la de sus organizaciones a los participantes.
- **Outdoor training**  
Durante el programa se llevará a cabo una actividad outdoor orientada a la mejora de las competencias de marketing y orientación al cliente de los participantes; una experiencia que contribuirá decisivamente al espíritu de equipo de la promoción.
- **Seguimiento personalizado y tutorización**  
Es un elemento clave del programa, ya que será fundamental, tanto para la elaboración del proyecto como para el logro de la acreditación internacional en marketing digital otorgada por el Digital Marketing Institute.





---

# Estructura y contenidos

El Máster requerirá de una dedicación de 410 horas. Conscientes del formato “part time” de un programa de estas características y del alto nivel de ocupación de los participantes en su trabajo diario, asumimos que las clases presenciales deben ser intensas y aprovechadas al máximo. Por ello, estimamos que, en los diferentes módulos, por cada 8 horas de clase presencial los participantes realizarán 4 horas de trabajo individual o tutorizado (preparación de casos, lecturas, ejercicios, etc.) en el campus virtual de Galicia Business School. Además, actividades como el proyecto o la competición del Business Game, exigen todavía más actividad lectiva fuera del aula. Detallamos a continuación los distintos contenidos del programa, junto a su carga lectiva.



### *Cuadro General de Materias*

	<i>Horas presenciales</i>	<i>Horas fuera del aula</i>	<i>Total horas lectivas</i>
Habilidades y competencias directivas para profesionales del marketing	16	8	24
Estrategia empresarial	8	4	12
Fundamentos de marketing y comportamiento del consumidor	8	4	12
Métodos y técnicas de investigación de mercados	8	4	12
Marketing estratégico, posicionamiento y segmentación	16	8	24
Marketing operativo: producto, precio, distribución y comunicación	32	16	48
Marketing relacional y programas de fidelización	8	4	12
Certificación profesional en marketing digital	40	20	60
Digital branding	8	4	12
Promoción digital	8	4	12
Herramientas digitales avanzadas	8	4	12
Digital marketing intelligence	8	4	12
Master classes: neuromarketing, branding, retail marketing y merchandising	16	8	24
Marketing game	16	32	48
Outdoor training	8	-	8
Proyecto Fin de Máster	12	66	78
<b>Total horas lectivas (presencia más actividades fuera del aula)</b>	<b>220</b>	<b>190</b>	<b>410</b>

---

## Proyecto Fin de Máster

La elaboración del proyecto es una pieza central del programa. Contará con sesiones de tutoría presencial y exposición, así como con tutorías online. Será realizado por equipos y tutorizado por un profesor profesional del marketing y marketing digital. La exposición del mismo se realizará ante un tribunal formado por directivos expertos en la materia, y requerirá de una dedicación estimada de entre 70 y 80 horas.



---

## Evaluación

La evaluación del programa tendrá como eje central la elaboración y presentación del proyecto fin de máster. Otro elemento fundamental en el proceso de evaluación será la realización de trabajos prácticos e informes sobre casos, así como la participación activa en las sesiones y test orientados a valorar el grado de asimilación de los contenidos de cada uno de los bloques. Además, para la superación del programa será necesario completar el 80% de asistencia a las horas presenciales del programa.

Aquellos alumnos que superen con aprovechamiento el módulo destinado al marketing digital podrán realizar el examen para obtener la **Certificación Profesional en Marketing Digital** otorgada por el Digital Marketing Institute, entidad irlandesa que ya cuenta con más de 15.000 profesionales del marketing acreditados en todo el mundo y del que Galicia Business School es partner y única escuela que imparte sus programas en España.





---

## Duración del programa y desarrollo de las sesiones

El programa se desarrollará **de octubre a junio** en las instalaciones de Galicia Business School en la Cidade da Cultura de Santiago. Las sesiones presenciales se realizarán los viernes por la tarde y los sábados por la mañana, de 16:30 a 20:45 horas, y de 9:30 a 13:45 horas. Queremos aprovechar al máximo la presencia en el programa. Por ello, y por término medio, cada módulo presencial de 8 horas conlleva la preparación de casos y otras actividades por un espacio de 4 horas adicionales.



---

## Lugar de impartición

**Santiago de Compostela**  
(A Coruña)



# Profesorado

El claustro de profesores está compuesto por profesionales en activo que, a su vez, son reconocidos docentes en el mundo profesional. Hacemos una breve reseña de los mismos a continuación.

- **Manuel Alonso Coto**  
Director de Corporate Marketing y Transformación Digital. IE Business School.
- **Paco Álvarez Fortes**  
Profesor de Galicia Business School, consultor y experto en marketing.
- **Rubén Bastón**  
Inbound Marketing Director & Account Manager en Elogía.
- **Amalia Baltar**  
Responsable de Comunicación Galicia Gas Natural Fenosa.
- **Inma Bernal**  
Directora de Marketing de Viña Costeira.
- **José Cabanas**  
Director de Marketing en Hijos de Rivera.
- **José Cremades**  
Director Académico de Aquora Business Education. Experto en simulación empresarial y profesor de Galicia Business School.
- **Iñaki Franco**  
Director de Negocio de SOGAPOL. Profesor de Galicia Business School.
- **Javier Fernández**  
Responsable Noroeste de Zercana Consulting. Profesor de la Escuela de Turismo en la UDC.
- **Eduardo García Erquiaga**  
Director de Galicia Business School. Experto en estrategia y competitividad.
- **María Garrido**  
Directora de Marketing de Martín Codax.
- **María Herreros**  
Directora de Marketing en Rodman.
- **Alberto Lázaro**  
Director de Clicua y experto en retail management y digital retail.
- **Juanan Roncero**  
Socio de Internet República. Experto en digital marketing intelligence.
- **Nacho Somalo**  
Founder en Lonesome Digital. Consultor, formador, experto en e-commerce y marketing digital.
- **Roberto Pérez Marijuan**  
Socio Consultor en Suma Importancia, emprendedor y experto en comunicación, ventas y digital selling.
- **Begoña Puente**  
Consultora y profesora en Dirección de Personas en ESADE, Deusto y Galicia Business School.
- **Jorge Pallarés**  
Director de Marketing en Pizza Móvil.
- **Jesús Pérez**  
Subdirector de Comunicación e Promoción. Xunta de Galicia.
- **Hugo Pérez**  
Brand Manager en Mahou San Miguel.
- **Beatriz Pereira**  
Responsable de Investigación de Mercados de R.
- **Lorena Rey**  
Directora de Marketing de C.C. Marineda City.
- **Xosé Luís Reza**  
Socio Consultor Luni Consulting. Presidente de Markea, presidente del Cluster da Comunicación Gráfica de Galicia y delegado del Foro de Marcas Renombradas en Galicia.
- **José Rodríguez**  
Director de Marketing online en Avante Marketing y Medios.
- **Rafael Sanguino**  
Director de Marketing de La Voz de Galicia.
- **Enrique Ulloa Canalejo**  
Socio Director de Ideo y Atelier. Profesor de Galicia Business School.
- **Laura María Vázquez**  
Head of Social Media & Digital PR en Havas SE.
- **Dr. Jesús Varela Mallou**  
Director Unidad Psicología del Consumidor y Usuario. Catedrático de Metodología de las Ciencias del Comportamiento Universidad de Santiago de Compostela.
- **Juan Carlos Silva**  
Director de Marketing de Frinsa.
- **Sebastián Troyas**  
Director de Marketing de Zapaterías Crak.



---

# Precio del programa y ayudas al estudio

Socios de Markea, Alumni y empresas  
asociadas de Galicia Business School: **8.980 €**

No socios: **10.950 €**

Además, el **Banco SabadellGallego**, en su  
condición de partner del programa, ofrece a  
los participantes financiación en condiciones  
preferentes.

**SabadellGallego** 



**«Nadie nace.  
Todos nos hacemos entrenando»**

T. 886 317 146  
info@galiciabusinessschool.es  
www.galiciabusinessschool.es

